

---

# 輸入食品에 관한 消費者와 販賣業體의 認識 및 管理 現況

鄭 基 惠

---

이 연구는 유통중인 수입식품의 안전성 제고를 위하여 수입식품에 대한 소비자와 판매업체의 인식과 정부의 관리 현황을 파악하고, 유통중의 안전성 제고를 위한 방안을 도출하는데 목적을 두었다.

서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전 등 6개 대도시를 조사대상지역으로 하여 이곳에 소재한 대형 판매업체 40개소와 이 販賣業體에서 식품류를 구매한 消費者 1,200여명을 대상으로 조사가 실시되었다.

조사대상 소비자의 96.7%가 수입식품을 구매한 경험이 있었고, 조사대상업체 중 백화점과 편의점의 100.0%, 대형 슈퍼마켓의 85.0%가 수입식품을 판매하고 있었다. 16개 식품류중 국내생산 식품에 비해 많이 구매 및 판매되는 수입식품류는 냉동육류, 커피와 커피크림류, 과일가공품류, 견과류, 주류, 과자류 등으로 나타났다. 또한 소비자들이 구매시 가장 고려하는 사항은 제품의 流通期限이었으며, 監視 및 團束시 가장 빈도가 높은 위반사항도 유통기한 경과인 것으로 나타났다.

유통중인 수입식품의 안전성을 확보하기 위해서는 수입업체의 조직화, 輸入食品 流通 電算網 構築, 감시 및 단속 강화, 그리고 적정한 유통기한 표시 등이 선결과제인 것으로 나타났다.

◎ 주요용어 : 수입식품, 안전성, 유통기한, 식품류, 수거검사

---

筆者: 本院 責任研究員

▶ 원고를 검토하여 주신 李儀卿 副研究委員과 李馱植 責任研究員께 감사드립니다.

## I. 研究背景

WTO의 출범에 따라 전세계는 무역의 완전 자유화, 개방화 시대를 맞게 되었으며 우리도 예외일 수 없는 환경하에서 輸入食品들의 국내 반입이 해마다 급증하고 있다. 이에 소비자들이나 판매업체들도 수입식품이란 개념없이 제품을 購買, 販賣하고 있어 수입식품의 생활화, 대중화가 급속도로 진행되고 있는 것이다.

1990년대 이후 수입식품의 증가추세는 전품목에 걸쳐 해마다 급격히 상승하고 있는데, 특히 알코올성음료, 유가공품, 곡물가공품의 輸入增加率이 다른 가공식품류에 비해 2배 이상인 것으로 1996년 『무역통계연보』에 나타나고 있다.

품목별로 살펴보면, 1996년 대비 1997년에 대두, 옥수수, 과채음료원액, 과자류, 주류, 그리고 커피원두 등의 수입량이 크게 증가하고 있으며, 축산물의 경우 우유가 73,511톤에 2억 972만불, 돈육이 38,788톤 수입에 1억 4,003만 7천불로 전체 輸入食品의 약 40%를 점유하고 있다.

주요 수입국은 미국, 중국, 일본, 호주, 태국 순으로, 이들 나라에서 수입하는 주요 품목은 소맥, 대두, 농산물, 원당, 커피원두, 과일통조림 등으로 나타났다.

食品은 그나라 특유의 栽培, 製造, 加工法에 의해 생산되므로 수입식품의 경우 국내 생산식품과는 다른 안전성 확보 방안이 마련되어야 겠다. 또한 수입식품의 경우 국내생산 식품과는 달리 유통경로가 생산국내의 수출항구로의 이동, 선적, 운항, 수입국에서의 檢疫, 流通을 위한 保管 및 移動 등의 긴 절차를 거치기 때문에 특별히 안전성 확보를 위한 장치가 마련되어야 한다.

현재 우리나라의 수입식품에 관한 행정을 담당하는 機構로는 중앙에 보건복지부의 식품정책과와 최근 발족한 식품·의약품안전청이 있으며, 지방조직으로는 6개 식품·의약품지방청과 10개 檢疫所가 있으나 관련

인력이나 시설, 제도 등의 여러 가지 제약조건에 의해 수입되는 모든 식품에 대한 완전한 先檢疫 後通關이 실시되지 못하고 있는 실정이다. 또한 수입업체나 유통중인 수입식품에 관한 정보부족으로 위해가 발생한 수입식품에 대한 완전 수거조치가 체계적으로 이루어지지 못하고 있어 국민의 건강을 위협하는 요인이 되고 있다.

이 연구는 우리나라에 수입되어 유통중인 수입식품에 관한 消費者와 販賣者들의 수입식품 구매 및 판매 현황과 인식 그리고 정부의 감시 및 단속에 관하여 조사하였으며 이를 바탕으로 유통 중인 수입식품의 안전성 제고를 위한 방안을 도출하는 데 연구목적을 두었다.

## II. 研究方法

### 1. 調査對象 輸入食品

조사대상 수입식품은 包裝·容器類와 식품첨가물류를 제외한 일반 수입식품<sup>1)</sup>, 식품첨가물류로 국한하였다.

### 2. 現地調査

1997년 8월 7일부터 8월 26일까지 전문 조사원에 의하여 업종별로(백화점, 대형슈퍼마켓, 편의점) 분류하여 총 40개 판매업체와 조사기간 동안 조사대상 판매업체를 방문한 1,200여명의 소비자들을 대상으로 面接 調査를 실시하였다.

#### 가. 調査對象者 選定

調査對象 販賣業體는 6대도시인 서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 그리고

---

1) 수입식품은 일반식품류, 식품첨가물류 그리고 포장·용기류의 세 부분이 포함됨.

대전에 소재한 대형 판매업체, 대형 슈퍼마켓, 그리고 편의점 중 무작위로 업체별 2~3개 업소씩 선정하여 지역당 총 6~8개 업체를 조사대상 판매업체를 抽出하였다.

消費者들은 조사기간 동안 調査對象 販賣業體로 선정된 販賣業體를 방문한 소비자들을 대상으로 無作為로 선정하였는데 주로 대형 판매업체를 방문한 소비자들을 대상으로 업체당 수입식품 구매자(비구매자 포함) 50~60여명씩을 조사하였다. 최종 조사된 現地調査 結果가 <表 1>에 제시되어 있다.

<表 1> 現地調査 結果表

(단위: 명, 개소)

지역	조사대상자수	판매업체수		
		백화점	슈퍼마켓	편의점
계	1,209	23	6	11
서울	289	6	2	1
부산	306	6	1	3
대구	143	2	-	1
인천	154	3	-	3
광주	159	3	2	1
대전	158	3	1	2

#### 나. 調査票 開發

조사에 사용된 調査票는 연구진에 의해 기존 연구를 참고로 총 2종을 개발하였다. 첫 번째 조사표는 소비자들의 수입식품 구매에 관한 인식 조사표이고, 다른 한 가지는 판매업체의 수입식품 판매에 관한 인식 조사표였다. 調査對象 輸入食品 種類는 식품공전의 식품군 분류에 준거하여 총 16개 식품군(커피 및 커피크림류, 냉동육류, 냉동어류, 생과일 및 생채소류, 육가공품류, 과일가공품류, 채소가공품류, 견과류, 주류, 조미료류, 음료수류, 냉동가공식품류, 과자류, 유아식품류, 유제품류, 그리고 다류)으로 분류하여 묶음화 하였다.

## 輸入食品에 관한 消費者와 販賣業體의 認識 및 管理 現況

消費者들의 輸入食品 購買에 관한 인식 조사표 중 수입식품 구매시 고려사항에 관한 조사표는 리커르트 척도를 이용하여 5단계로 開發되었다.

조사표는 개발 후 1회의 사전조사를 거쳐 수정, 보완된 후 최종 조사표로 확정되었다.

### 다. 調查內容

조사내용은 소비자의 경우 수입식품의 구매여부, 비구매시의 이유, 다빈도 구매 수입식품의 종류, 구매시 고려사항 등이었고, 판매업체는 판매하는 수입식품의 종류, 수입식품의 판매비율, 수입식품의 비교우위 그리고 수입식품의 유통구조 등이었다.

## 3. 分析方法

이 연구에서 사용된 分析方法은 조사대상별로 조사된 내용을 變數化하여 변수간 交叉表(Cross-Tabulation)分析을 주로 실시하였으며, 수입식품의 구매시 고려사항은 5단계 리커르트 척도를 사용하여 5점 만점을 기준으로 각 변수별 平均點數를 조사내용의 분석지표로 사용하였다.

## Ⅲ. 研究結果

### 1. 輸入食品의 購買 現況

#### 가. 調查對象 消費者의 特性

##### 1) 年齡 分布

<表 2>에 조사대상 소비자의 연령별 분포가 제시되어 있다. 30대가

조사대상자의 42%로 가장 많았으며 60대는 1%로 가장 적게 나타났다. 이는 가정내 가사 준비자가 주로 20~30대 主婦로 이들이 食品購買 役割까지 같이 수행함에 기인한 것 같다.

〈表 2〉 調査對象者の 年齢別 分布

연령	전체	10대	20대	30대	40대	50대	60대+
계(명)	1,209	68	373	507	194	51	16
(%)	100.0	5.6	30.9	41.9	16.0	4.2	1.3

## 2) 職業 分布

조사대상 소비자들의 職業分布를 살펴보면 전체 1,209명중 가정주부(전업 주부)가 54%를 차지하였고, 학생이 12%로 가장 낮게 나타났다(表 3 참조).

〈表 3〉 調査對象者の 職業別 分布

직업	전체	가정주부	직장인	학생	기타
계(명)	1,209	654	382	144	29
(%)	100.0	54.1	31.6	11.9	2.4

## 나. 月 食料品費

무응답자 220명을 포함하여 총 1,199명을 대상으로 월 식료품비를 조사한 결과가 <表 4>에 제시되어 있다. 月 食料品費에는 외식비가 포함 되어 있다.

〈表 4〉 調査對象者の 月 食料品費

(단위: 만원)

금액	전체	10 이하	10~20	20~30	30~40	40~50	50~100	100 이상	무응답
계(명)	1,199	38	145	246	158	179	155	58	220
(%)	100.0	3.2	12.1	20.5	13.2	14.9	12.9	4.8	18.3

1개월간의 外食費를 포함한 식료품비는 전체 조사대상자의 20.5%가 20만원 이상 30만원 이하인 것으로 나타났으며, 100만원 이상이라고 응답한 조사대상자도 전체의 4.8%나 되었다. 이는 늘어나고 있는 외식비의 증가와 무관하지 않은 것으로 사료되는데, 1997년 통계청 조사결과에 의하면 도시근로자 1家口當 月平均 外食費는 16만원으로 전체 식료품비의 약 40%를 차지한다는 결과와 <表 4>에 나타난 조사결과와 거의 같은 수준을 나타내고 있어 외식비의 증가가 다른 식료품비에 비해 두드러짐을 알 수 있다.

#### 다. 輸入食品 購買 與否 및 非購買 事由

조사대상자 1,209명중 96.7%가 수입식품을 購買한 적이 있었고, 나머지 약 3.3%인 40여명만이 수입식품을 전혀 구매한 적이 없는 것으로 나타나 수입식품의 대중화, 생활화를 엿볼 수 있으며 이제는 유통중인 수입식품과 국내 생산식품을 구별하여 관리할 수 없는 실정이다.

수입식품을 구매하지 않은 사유로는 '品質을 믿을 수가 없어서'가 전체의 45%로 다수의 이유였으며, 그 다음은 '國産品을 애용하기 위해서'가 39%로 나타났다. 여기서 주목해야 할 사항은 '品質을 믿을 수가 없어서'는 주로 生食品類인 생과일, 생채소와 가공식품류의 경우 선박에 의한 수송기일이 길어 流通期限이 지날 것 같은 우려에서 나온 이유가 대부분이었으며 加工食品류의 품질에 대해 믿을 수 없다는 의심을 가진 조사대상자는 거의 없는 것으로 나타났다. 輸入食品이 급증하고 있는 상황에서 '購入하기 어려워서'나 '價格이 비싸서'는 전혀 비구매의 이유가 되지 않고 있었다(表 5 참조).

<表 5> 調查對象者의 輸入食品 非購買 事由

	전체	식성에 안맞아서	가격이 비싸서	品質을 믿을 수 없어	國産品 애용하려고	구입하기 어려워	기타
계(명)	45	5	1	20	17	1	1
(%)	100	11	2	45	39	2	2

## 라. 輸入食品의 比較優位

조사대상 소비자들이 국내 생산식품에 비해 價格 및 品質이 우수하다고 인식하고 있는 輸入食品의 종류를 조사한 결과가 <表 6>에 제시되어 있다.

조사대상 품목을 16개 食品群으로 분류하여 1인이 2개 이상 식품군을 복수 표시할 수 있게 하여 총 2,047건을 대상으로 조사한 결과 국내 생산 식품에 비해 비교우위에 있는 수입식품의 종류는 단연 冷凍肉類(조사시점이 1997년 8월로 수입육류에서 O-157, O-26, 그리고 리스테리아균 등 病原性 大腸菌의 검출 사실이 밝혀지기 前임)와 커피 및 커피크림류인 것으로 나타났다. 그 다음은 잼, 과일주스, 과일통조림 등이 포함되는 과일이 가공품류가 꼽혔고, 햄, 소시지 등의 肉加工品類, 아몬드, 캐슈넛트 등의 견과류, 그리고 포도주, 위스키 등의 주류가 다음 순서를 차지하였다.

<表 6> 消費者가 認識하는 競爭力 있는 輸入食品

(단위: 명, %)

식품류	응답건수	비율
계	2,047	100.0
냉동육류	338	16.5
커피 및 커피크림류	271	13.2
없음	179	8.7
과일이공품류	163	8.0
주류	155	7.6
견과류	147	7.2
육가공품류	125	6.1
유제품류	124	6.1
냉동가공식품류	105	5.1
생과일 및 생채소류	97	4.7
과자류	93	4.5
냉동어류	76	3.7
음료수류	64	3.1
유아식품류	46	2.2
채소가공품류	25	1.2
조미료류	24	1.2
다류	15	0.7



마. 多頻度 購買 輸入食品

국내 생산식품보다 자주 구매하는 수입식품의 종류를 조사한 결과는 <表 7>에 자세히 제시되어 있다.

<表 7> 多頻度 購買 輸入食品

(단위: 명, %)

식품류	응답건수	비율
계	1,914	100.0
커피 및 커피크림류	388	20.3
없음	279	14.6
냉동육류	224	11.7
유제품류	155	8.1
과일가공품류	137	7.2
주류	137	7.2
견과류	105	5.5
과자류	99	5.2
생과일 및 생채소류	82	4.3
육가공품류	80	4.2
음료수류	68	3.6
냉동가공식품류	59	3.1
채소가공품류	33	1.7
냉동어류	21	1.1
조미료류	17	0.9
다류	16	0.8
유아식품류	14	0.7

2종류까지 복수표시할 수 있는 조사방법에 의하여 총 1,914건을 대상으로 국내생산 식품보다 자주 구입하는 수입식품의 종류를 알아본 결과 커피 및 커피크림류, 냉동육류, 유제품류, 주류, 견과류 순으로 나타났다. 이 결과와 <表 10>에 나타난 결과를 종합해 보면, 消費者들이 비교우위에 있는 수입식품으로 인식하고 있는 제품을 많이 구매하고 있는 것은 사실이지만 競爭力과 관계없이 많이 구매하고 있는 제품도 있었다. 그 제품이 바로 유제품류로 유제품류는 제품의 비교우위와 관계없이 소

비자들이 자주 구매하는 제품으로 나타났다. 즉, 아이스크림, 치즈, 버터 등이 포함되어 있는 輸入 乳製品類는 가격면에서 국내 생산식품보다 2~3배 정도 비싸 가격경쟁력 있는 수입식품의 종류로는 인식되고 있지 않지만 해마다 기하급수적으로 늘고 있는 수입 아이스크림의 市場占有率을 고려해 볼 때 유제품류의 품질경쟁력과 이 결과는 무관하지 않은 것으로 사료된다. 즉, 소비자의 食品購買는 단지 가격에만 좌우되지 않고 맛, 품질, 다양성 등 여러 가지를 고려하고 있음을 간과하지 말아야겠다.

#### 바. 輸入食品 購買時 考慮事項

조사대상 소비자들이 輸入食品을 구매할 때 고려하는 여러 가지 사항의 程度를 리커트 5단계 척도법에 의해 평균점으로 계산한 결과가 <表 8>에 나타나 있다.

총 1,209명의 소비자를 대상으로 수입식품을 구매할 때 여러 가지 사항들을 고려하지만 이들 사항들 중에도 특히 流通期限, 現在 保管狀態, 맛, 그리고 品質 등을 주로 고려하는 것으로 나타났다. 즉 5점을 만점으로 한 리커트 척도로 平均點數를 측정 하였을 때 각각 4.72, 4.40, 4.37 등으로 나타났으며, 상대적으로 주위사람들의 권유, 販賣者의 勸誘 등이 가장 고려하지 않는 사항인 것으로 나타났다.

<表 8> 輸入食品 購買時 考慮事項

(단위: 점)

고려사항	평균점수
유통기한	4.72
현재 보관상태	4.40
맛	4.40
품질	4.37
포장상태	4.08
원산지 표기	3.99
상표부착 상태	3.91
제조회사(국가)의 지명도	3.77
가격	3.73
제품에 대한 개인적 호기심	3.32
선전 및 홍보	3.01
주위사람들의 권유	2.79
판매자의 권유	2.47

## 2. 輸入食品 販賣 現況

### 가. 販賣되고 있는 輸入食品의 種類

조사대상 판매업체에서 팔고 있는 輸入食品의 종류를 알아본 결과가 <表 9>에 제시되어 있다.

조사대상 판매업체의 輸入食品 販賣 種類 및 比率을 살펴보면, 대형 소매업체인 백화점과 편의점의 경우 100.0%, 대형 슈퍼마켓은 전체의 85.0%가 輸入食品을 판매하고 있는 것으로 나타났다. 업체별로 살펴보면, 百貨店에서는 조사대상 전 품목이 다 판매되고 있었으나 슈퍼마켓에서는 13개 품목, 그리고 편의점에서는 12개 품목이 판매되고 있는 것으로 나타났다. 판매업체별로 판매식품류를 품목별로 살펴보면, 슈퍼마켓에서는 冷凍魚類, 肉加工品類, 雜류 그리고 便宜店에서는 커피 및 커피크림류, 육가공품류, 조미료류, 유아식품류가 판매되지 않는 것으로 나타났다. 또한 과자류와 과일가공품류가 전체 조사대상 百貨店과 便宜店에서 모두 판매되고 있었으며, 슈퍼마켓에서는 과일가공품류가 가장 많이 판매되고 있는 품목으로 나타났다.

<表 9> 販賣業體別 輸入食品 販賣 現況

(단위: 개소, %)

식품류	백화점	슈퍼마켓	편의점
계(%)	23(57.5)	6(15.0)	11(27.5)
커피 및 커피크림류	91.3	33.3	-
냉동육류	91.3	33.3	9.1
냉동어류	65.2	-	9.1
생과일 및 생채소류	87.0	66.7	27.3
육가공품류	52.2	-	-
과일가공품류	100.0	83.3	45.5
채소가공품류	69.6	16.7	9.1
건과류	95.7	83.3	36.4
주류	95.7	33.3	63.6
조미료류	87.0	33.3	-
음료수류	65.2	50.0	54.5
냉동가공식품류	78.3	16.7	9.1
과자류	100.0	66.7	100.0
유아식품류	60.9	33.3	-
유제품류	87.0	50.0	45.5
다류	78.3	-	9.1

## 나. 輸入食品의 比較優位

販賣業體에서 느끼는 수입식품의 비교우위는 價格, 包裝, 製品의 多樣性 순서인 것으로 나타났다. 즉, 전체 40개 조사대상 판매업체중 22.5%가 가격, 20.0%가 포장, 그리고 12.5%가 製品의 多樣性을 수입식품의 판매 경쟁력으로 지적하여 소비자가 느끼는 수입식품의 비교우위와는 다소 차이가 있는 것으로 나타났다.

즉, 消費者가 느끼는 수입식품의 比較優位와 판매자가 인식하는 비교우위는 입장에 따라 달리 나타나고 있었다.

수입식품이 국내 생산식품에 비해 우위에 있다고 조사대상자들이 생각하는 것은 種類의 多樣性, 價格, 맛, 品質 순으로 나타나 국내 생산식품이 品質과 價格面에서 競爭力을 갖추지 않으면 더이상 수입식품과 경쟁할 수 없는 형편이 되었다. 또한 수입식품의 比較優位에 대한 인식이 소비자와 판매업자간에 다소 차이가 있는 것으로 나타나고 있는데 이는 서로의 다른 立場 차이 때문으로 사료된다(表 10 참조).

즉, 판매자 입장에서는 제품 판매시 가능한 많은 利潤을 남겨야 하므로 수입제품의 廉 輸入價格이 국내 생산식품에 비해 比較優位로 인식될 수 있는 것이다. L제과의 내부자료에 의하면 통상 국내 생산식품의 流通利潤은 생산원가의 10% 내외인 반면, 수입식품의 경우는 제품에 따라 10~50%인 것으로 밝혀지고 있다. 하지만 소비자들은 이미 언급한 것처럼 製品의 多樣性을 최우선 순위로 꼽고 있었다(表 10 참조).

〈表 10〉 輸入食品의 比較優位에 관한 認識

(단위: 명, %)

항목	소비자	판매업자
계	1,206(100.0)	40(100.0)
가격	227( 18.8)	9( 22.5)
품질	147( 12.2)	4( 10.0)
맛	175( 14.5)	3( 7.5)
포장 및 상표부착	94( 7.8)	8( 20.0)
종류의 다양성	366( 30.3)	5( 12.5)
안전성	21( 1.7)	4( 10.0)
제조방법	38( 3.2)	5( 12.5)
기타	138( 11.4)	2( 5.0)

#### 다. 輸入食品의 販賣額 比率

食品販賣額 중 수입식품이 차지하는 판매비율을 조사한 결과 전체 조사대상 판매업체의 34.2%가 총 식품판매액의 10%라고 응답하여 가장 높은 비율을 나타냈고, 그 다음은 5%로 전체 판매업체의 18.4%가 이에 해당되는 것으로 나타났다. 最高 販賣額 比率는 40%로 나타났고, 최저 비율은 1% 정도인 것으로 나타났다.

판매업체별로 살펴보면, 대형 판매업체인 百貨店의 경우 수입식품 販賣額이 총 식품판매액의 평균 10% 내외인 것으로 나타났으며, 대형 슈퍼마켓은 1%, 편의점은 5% 내외로 輸入食品 販賣比重이 슈퍼마켓보다는 편의점, 편의점보다는 백화점에서 높은 것으로 나타났다. 통상 국내 생산식품의 유통이윤이 원가의 10% 내외인 반면, 수입식품의 유통이윤은 10~50%라는 점을 감안할 때 향후 <表 11>에 나타난 수입식품의 판매 비율은 더욱더 증가될 것으로 예측된다.

<表 11> 各 業體別 輸入食品 販賣 比率

(단위: %)

비율	전체	백화점	슈퍼마켓	편의점
계	100.0	100.0	100.0	100.0
1%	13.2	-	50.0	18.2
2%	7.9	-	16.6	18.2
3%	7.9	4.8	16.7	9.1
4%	2.6	4.8	16.7	-
5%	18.4	19.0	-	27.3
10%	34.2	47.6	-	18.2
15%	5.3	4.8	-	9.1
20%	5.3	9.5	-	-
30%	2.6	4.8	-	-
40%	2.6	4.8	-	-

#### 라. 輸入食品의 流通構造 및 販賣上의 어려움

수입식품을 판매함에 있어 판매업체가 겪는 어려움으로는 流通期限

등 製品의 安全性을 확보하기가 어렵고, 또한 유통기한 경과 등에 따른 관련 製品의 반품이 어렵다는 점이였다. 수입상사들이 대부분 영세업자이기 때문에 返品을 받아주지도 않을 뿐 아니라 판매도중 수입상사가 부도 등으로 없어져 반품할 곳도 없다는 것이다. 또한 輸入食品의 流通構造에 따라 수입식품의 판매업체로의 수송행태가 국내 생산식품과는 다른 것으로 나타났다. 즉, 국내 생산식품의 경우 생산업체가 대형 판매업체인 백화점에는 100% 직접 운송해주고 있고, 그외 판매업체에게도 루트판매의 형식을 통해 대리점 등에서 운송을 해주고 있는데 반하여 수입식품은 직수입상사가 직접 판매업체에 배송해 주는 비율(13%), 중간 都賣商이 배송해 주는 비율(23%), 그리고 판매업체가 직접 運送해오는 비율(15%), 그리고 때에 따라 다른 경우(49%) 등 각기 다르게 나타났다.

### 3. 管理 現況

#### 가. 流通期限 表示

이미 <表 8>에 나타난 결과처럼 소비자가 수입식품을 구매할 때 가장 고려하는 사항은 바로 수입식품의 表示事項에 속하는 流通期限이다. 국내 생산식품과는 달리 수입식품은 제조일, 종류, 생산방법이 국내 생산식품과 동일하더라도 선적기간에 따른 잔여 유통기한의 감소로 안전성을 확보하고, 소비자를 보호하기 위해서는 유통기한 표시가 정확히 그리고 올바르게 이루어져야 된다. 通關을 위한 제품검사절차를 거친 수입식품의 관리는 사실상 올바른 유통기한 표시와 유통기한 경과에 따른 제품의 적절한 조치일 것이다.

우리나라의 유통기한 개념은 販賣可能期間 개념인 반면에 미국 등 대부분의 외국은 品質維持期間(Best-Before)<sup>2)</sup> 개념을 사용하고 있어 통관

2) 최상의 品質維持可能期間으로 표시된 貯藏條件하에서 그 製品이 완전한 市場性이 있고, 묵시적이거나 문자로 표시한 특정한 品質이 유지되는 최종일자를 보증하는 날짜로 이 일자 후에도 그 식품은 완전히 만족할 수 있는 품질을 가지고 있을 수 있다.

된 수입식품은 유통기한 표시단계에서부터 안전성 확보에 문제가 발생될 수 있으며, 통상마찰도 불러 일으킬 수 있다. 즉, 이미 지난 1995년 미국과 冷蔵·冷凍 소시지의 유통기한 표시 건으로 통상마찰이 발생된 바 있으며, 수입과자류의 유통기한 일수 산정에 관한 대기업과 소비자단체간의 공방이 있었다(정기혜, 1996). 미국과의 마찰로 WTO에 제소당한 우리나라는 문제 제품의 통관을 허용하였고, 1995년말 국내 생산식품류의 食品流通期限 설정도 자율화 하기에 이르렀다. 또한 문제의 수입과자류는 한 동안 수입이 중단되었다가 최근 국내 輸入商社를 바꾸어 다시 수입이 재개되고 있는 실정이다.

수입식품의 유통기간은 사실상 따로 없고 제조일, 品質維持期間 등을 참고하여 판단하여야 한다. 수입식품 包裝에 붙은 한글상표에 유통기간 대신 “제조일부터 2년” 또는 “별도표시”라고 되어 있는 경우 소비자들은 포장에서 제조일자나 流通期間을 찾아야 한다. 미국과 유럽에서 생산되는 식품에는 한국처럼 유통기간을 표시하지 않고 제조일자 또는 품질유지기간을 표시하며, 유통기간은 제조업자가 유통업자에게 별도로 알려준다. 즉, 미국, EU, 호주, 일본 등 대부분의 국가가 유통기한 표시제도에 대해 정부가 제도를 규정하고 있으나 유통기한 설정은 생산업체 자율에 맡기고 있다(정기혜, 1996). 수입식품에 표시된 유통기한은 크게 두 가지로 제조일자 표시방법<sup>3)</sup>과 품질유지기간 표시방법<sup>4)</sup>이다.

2) 製造日字 表示方法: (1) MFG 30 08 96, (2) PROD DATE 96 08 30 A, (3) 6 H 30 3, (4) 6242 E 3 2016 등은 1996년 8월 30일에 제조했다는 표시이다. (1)의 MFG는 제조일이라는 뜻이며 일, 월, 연도의 순으로 표기한 것이고, (2)는 연, 월, 일 순으로 표기하였으며 마지막 A는 생산라인을 표기한 것이다. (3)의 첫째 숫자 6은 1996년, H는 알파벳 순서로 8번째이므로 8월을 뜻하며, 30은 30일, 마지막 숫자 3은 기계번호이다. (4)의 6242는 1996년의 2백42일째 즉, 8월 30일이라는 뜻이며 E 3 2016은 工場番號와 생산라인 번호이다.

4) 品質維持期間 表示方法: EXP 08 12 98, (2) Best Before 08 12 98, (3) Use by 08 12 98, (4) 08 12 98B, (5) 8342 AY 103, (6) 08 DEZ 98 등은 1998년 12월 8일까지 먹을 수 있다는 표시다.

(1)의 EXP는 Expire(만기)이며 일, 월, 연도 순으로 표기하였다. (4)는 먹을 수 있는 날짜만 표기한 경우이고, (5)는 1998년의 3백 42일째 즉, 12월 8일까지 먹을 수 있다는 뜻이다. 제조일자 표시방법의 (3), (4)와 품질유지기간의 (4), (5), (6)은 제조일자인지 품질유지기간인지 표시만으로는 구별이 안되는 경우이다.

이런 표시방법을 주로 사용하는 미국에서는 流通業者들이 자율적으로 유통기간을 엄격히 지켜 품질유지기간을 제조일자로 속여 파는 일이 없기 때문에 이런 방식의 表示方法이 널리 허용되고 있고 제품의 안전성도 유지되고 있는 것이다. 대부분의 식품은 유통기간보다 품질유지기간이 훨씬 길다.

드물지만 “Sell by 08 12 98”로 표시된 식품도 더러 있다. 이는 우리의 유통기간과 같은 개념인 販賣可能期間의 表記로, 통상적으로 가정에서 보관하는 기간을 고려해 정한 것이므로 이 날짜가 지났더라도 먹을 수 있는 것이다. 이와 같은 생소한 輸入食品의 流通期限 表記로 소비자들은 자칫 혼란을 일으킬 수 있으며, 경우에 따라 올바른 판단을 못할 수도 있기 때문에 정부 등 수입식품 관련 기관은 유통기한 표시 등 수입식품의 표시기준의 개선 등 소비자 보호를 위한 대책이 시급히 강구되어야 할 것이다.

<表 12>에 나타난 바에 의하면 표시기준위반으로 단속된 제품이 전체의 3.28%로 유통기한 경과 다음으로 높은 비율을 나타내고 있어 특히 수입식품의 유통기한을 포함한 표시기준이 올바르게 정립되어야겠다.

## 나. 監視 및 團束

이해 가능한 유통기한의 재표시와 함께 유통중인 수입식품의 감시가 더욱 철저히 이루어져야만 수입식품의 안전성은 확보될 수 있다. 현재 유통중인 수입식품의 감시업무는 정부의 수입식품 관리기관, 소비자 단체, 그리고 名譽食品衛生監視員 등이 담당하고 있다.

1개월에 1회씩 식품·의약품안전청 및 6개 지방청에서 실시하고 있는 100대 多消費食品 수거검사시에 수입식품이 국내 생산식품과 동일하게 수거검사 대상이 되어 검사를 정기, 부정기적으로 받고 있다지만 국내 생산식품과는 달리 유통중인 수입식품에 대한 수거검사는 소홀한 것 같다. 즉, 수입식품은 통관시 제품검사를 마쳤기 때문에 안전성에 문제가



없을 것이라는 인식이 輸入食品의 안전성 확보에 장애요인이 되고 있다. <表 12>에는 명예식품감시원을 포함한 관련 공무원들의 부정·불량식품 단속 실적이 제시되어 있다.

不正·不良食品 단속 실적에서 위반내역별로 볼 때, 유통기한 경과로 인한 違反比率이 전체의 14.8%로 다른 내역에 비해 월등히 높게 나타나고 있어 유통중인 제품의 안전성 확보를 위해서는 유통기한의 준수여부가 가장 중요한 사안임을 잘 입증해 주고 있다. 하지만 이런 단속대상 식품은 주로 國內 生産食品이 주종을 이루고 있다. 이와 같은 사실을 잘 입증해 주는 조사결과가 판매업체 조사에서 나타나고 있는데, 판매업체 측에서는 收去檢査 頻度가 국내 생산식품보다 훨씬 적거나, 때로는 전혀 실시하지 않기 때문에 수입식품의 판매가 오히려 수월하다는 입장이다.

<表 12> 不正·不良食品의 團束 實績

(단위: 건, %)

점검업소	위반업소 (위반율)	위반내역				
		무허가 제품	유통기한 경과	냉장·냉 동 시설	표시기준 위반	기타
89,558	17,964 (20.1)	226 (0.25)	13,242 (14.79)	152 (0.17)	2,939 (3.28)	1,405 (1.57)

資料: 保健福地部, 內部資料, 1997.

유통기한이 지난 제품을 試食製品으로 사용하고 있는 일부 수입업체의 안전에 관한 불감증도 수입식품의 안전성을 위협하는 큰 문제점으로 지적될 수 있다.

#### IV. 改善方案

이미 通關을 위한 檢疫措置를 마친 제품이라도 전 품목을 『선검역 후 통관』하지 않는 이상 유통과정 중 危害要素가 추후로 발견될 수도 있고,

유통중에 안전성이 파괴되어 식품으로서의 가치를 상실할 수도 있다. 유통중인 수입식품의 안전성을 제고하여 국민의 건강을 지키기 위해서는 다음과 같은 제도적 장치가 뒷받침되어야 할 것이다.

## 1. 輸入業體의 組織化

우리나라 수입식품업체는 대부분 零細業體로 업체관리가 시·군·구에 서 이루어지고 있으며, 수입업체의 관리를 위한 관할 구역이 지정되어 있지 않아 유통중인 수입식품의 관리를 곤란하게 만든다. 즉, 통관후 危害要素가 발견되어 폐기나 반송되어야 할 수입식품의 追跡이 전혀 이루어질 수 없고, 또한 판매도중 流通期限 經過로 판매업체에 해당 수입식품을 返品해야 하는 경우 수입업체의 소재가 불분명하여 반품이 적절히 이루어지지 못하고 있다. 외국, 특히 미국의 경우는 관할 稅關이, 日本은 관할 검역소가 각각 관할 지역내의 수입업체를 조직적으로 관리하고 있어 문제 발생시 각 업체에 대한 처리가 가능토록 되어 있다. 우리나라도 輸入業體 管理를 수입식품 담당 식품·의약품청과 검역소 단위로 조직화 하여 관리함이 바람직하겠다.

## 2. 輸入食品의 販賣 電算網 構築

수입업체의 관리가 지역별로 組織化되면 수입식품의 관리도 당연히 조직화될 수 있다. 통관시 관련 지방청과 검역소의 컴퓨터에 모든 수입식품에 관한 모든 情報가 입력되고, 각 지방청과 검역소가 관리하는 수입업체에 관한 자료가 전산화되어 상호 연결되면 수입된 식품의 流通經路가 수입업체 및 지역 단위로 電算化될 수 있다. 그렇게 되면 혹 통관 후에 문제가 발생한 수입식품에 대한 수거가 필요한 경우 조직적으로 이루어져 해당제품의 廢棄, 返送이 용이하게 이루어질 수 있을 것이다.

### 3. 輸入食品의 適正한 流通期限 表示

가공식품류의 安全性을 확인해 줄 수 있는 가장 대표적인 제품정보가 바로 유통기한인데 우리나라는 주요 수입국들, 특히 미국과 그 개념이 달라 미국과 동일한 기간을 流通期限으로 제품표기하는 데 문제가 있다. 하지만 현행 우리의 유통기한 개념이 바뀌지 않는 한 수입식품의 유통기한 표기는 우리 제도를 따라야 함이 당연한 처사이다. 그러므로 국가간 유통기한에 관한 개념상의 차이를 인지하여 消費者에게 정확한 商品情報를 주고, 제품의 안전성을 확보할 수 있는 정확한 유통기한 표시기준을 마련하여야 겠다. 또한 食品衛生行政을 담당하고 있는 관련자들도 표시된 유통기한을 주의깊게 관찰, 감시하여 유통중인 수입식품의 안전성을 확보하여야 겠다.

### 4. 收去檢査 強化

檢疫時에 통관을 위해 국내 생산식품에 비해 우선적으로 제품의 안전성이 검사받은 상태이기는 하지만 유통과정중에 유통환경의 불량, 수·배송시의 파손, 流通期限 經過 등의 요인에 의해 유통중에 수입식품의 안전성이 확보되지 않을 수가 있기 때문에 정기, 부정기적인 收去檢査時에 수입식품도 국내 생산식품과 동일하게 검사를 실시하여야 겠다.

### 5. Cold-Chain System 完備

이미 연구결과에서 밝혀진 바와 같이 냉동육류, 냉동가공식품류, 냉동어류 등이 잘 팔리고 있는 수입식품으로 입증된 바 관련 제품의 안전성을 제고하기 위해서는 Cold-Chain System이 완벽히 구축되어야 겠다. 냉동·냉장온도에서 보관, 판매하여야 하는 제품들의 品質을 보장하는데 가장 큰 역할을 하는 것이 바로 저온유통체계의 완비이다.

## V. 結 論

최근 增加하는 輸入食品의 종류 및 양과 더불어 이제는 소비자들도 수입식품이라는 의식없이 輸入食品을 購買, 攝取하는 등 輸入食品의 대중화, 생활화가 급속히 진행되고 있으며, WTO의 출범에 따른 국제 무역질서의 변화로 더 이상 농·축·수산업과 같은 국내 食品關聯 産業의 보호를 위한 수입식품의 國內 流入을 막을 수가 없게 되었다. 또한 輸入食品의 종류와 양이 해마다 增加하며서 수입식품들의 안전성도 위협을 받고 있는데, 輸入 쇠고기에서 발견된 O-157, O-26과 같은 병원성 대장균, 수입 닭고기 및 수입 아이스크림 등에서 발견된 리스테리아균 등에 의한 汚染이 바로 그것이다.

더욱이 우리 식품의 최대 輸入國인 미국의 검역체계상 輸出 肉類에 대한 O-157같은 세균검사는 실시하지 않는 등 相互 檢疫 基準 및 規格 이 상이함에서 오는 食品의 安全性 확보 문제는 통상상의 문제를 뛰어넘어 건강 유지·증진 차원에서 상호 논의되고 감시되어야 할 중요한 사안이다. 檢疫, 通關을 거쳐 국내로 반입된 수입식품이라도 부적합한 유통환경, 불량한 수·배송에 의한 제품 파손 등에 의해 안전성이 위협받을 수 있고, 또한 우리나라는 현재 제품에 따라 先通關 後檢疫을 실시하고 있으므로 유통중인 제품에 대해서도 안전성을 제고하기 위한 수입업자의 조직화, 수입식품 유통 전산망 구축, 수입식품의 원산지 증명 및 올바른 유통기한 표기 등의 제도적 장치의 마련이 필요하다.

## 參 考 文 獻

- 김종구, 『수입상품의 유통구조와 소비자 보호』, 한국소비자보호원, 1992.
- 대한무역진흥공사, 『FDA수입절차 및 승인요건 해설』, 무공자료 95-13, 1995.
- \_\_\_\_\_, 『주요국의 수입식품검사제도』, 1995.
- \_\_\_\_\_, 『무역통계연보』, 1996.
- 박길동, 『미국수입식품 검사 및 관리제도현황조사』, 한국식품연구소, 1993.
- 보건복지부, 『식품공전』, 1996.
- 신광순, 『미국 FDA의 제도와 기능』, 신하출판사, 1996.
- 이성우, 『미국 FDA 총람』, 신유문화사, 1993.
- 정기혜, 『식품의 유통기한 설정에 관한 연구』, 한국보건사회연구원, 1996.
- \_\_\_\_\_, 『Cold-Chain System 구축을 통한 식품유통구조 개선』, 한국보건사회연구원, 1996.
- 통계청, 『도시가계연보』, 1977.
- 한국소비자보호원, 『수입상품 소비실태 및 의식조사』, 1994.
- 한국식품영양학회, 『식품영양학사전』, 한국사전연구사, 1997.
- 한국식품연구소, 『수입식품 관리제도 개선 연구』, 1993.
- \_\_\_\_\_, 『수입식품 위해정보 모음집』, 1993.
- \_\_\_\_\_, 『수입식품 관리제도 개선연구』, 1993.
- 현태선·김완수, 「일부 도시 주부들의 수입농산물과 유기농산물에 대한 인식 및 소비실태 조사」, 『지역사회영양학회지』 제2권 제1호, 1997.

*Summary*

---

## **Survey on the Concept of Consumers, Retailers and Current Management in the Retailing of Imported Food**

*Kee-Hye Chung*

---

The amount of imported food has increased every year since the WTO was launched, and it is spreading is quickly in Korea.

The aim of this study is to investigate the current situation on the buying and selling of imported foods and to develop plans for improving the safety of imported foods.

The survey had a sample number of 1,209 consumers, 40 department stores, and was done in 6 large cities.

Results showed that 1,154 of 1,209(96.7%) consumers have experienced buying imported foods, and that 100% of department stores, 100% of convenient stores and 85% of large supermarkets have sold all kinds of imported foods also.

Imported foods were classified into 16 large groups; frozen meats, frozen fish, coffee and coffee creams, processed fruits, nuts, alcoholic drinks, confectionery, processed vegetables, milk products, meat products, seasonings, processed frozen products, raw fruits and vegetables, soft drinks, teas, and infant products. They are being sold more than domestic foods.

There are various approaches in improving the safety of imported foods in retailing; establishing the managing system for imported foods companies, establishing the network program for imported foods, proper labelling regarding the distribution period, and strengthening the monitoring and surveillance system an imported foods.